

## 遊客參與墾丁香蕉船活動幸福感之研究

黃建超

東方設計學院

### 摘要

本研究旨在探討參與墾丁水域香蕉船活動遊客幸福感之研究，以自編調查問卷，讓參與香蕉船活動遊客填寫，並進行描述統計、因素分析、t-test 及多元迴歸分析，以瞭解遊客背景與幸福感受程度間之差異。結果得知遊客內心的幸福感程度以「和朋友一起乘坐香蕉船很有趣」為最佳的選項。藉由因素分析法，有效建立「滿足成就」、「肯定生命」、「關心他人」及「促進感情」的 4 個構面。由 t-test 得知，性別、年齡、學歷、月收入與居住地，均會影響遊客對於幸福感之感受。由多元迴歸分析，「促進感情」因素對於「和朋友一起乘坐香蕉船很有趣」之變異量達 55.1%，最具有影響力。

**關鍵字：**香蕉船、促進感情、差異分析、多元迴歸分析

通訊作者：黃建超  
電話：0939658463

829 高雄市湖內區東方路 110 號  
E-mail：cchuang@mail.tf.edu.tw

東方設計學院

## 壹、緒論

### 一、研究背景與動機

水域遊憩活動是屬於冒險遊憩之一環，然而水域遊憩卻是國人最適合從事的戶外遊憩活動之一，而較易誘使個人積極參與的戶外活動大都與水域遊憩有關。台灣的墾丁週圍海域，一直是國內水域活動相當盛行的場所。2002年墾丁國家公園管理處制定「墾丁國家公園海域遊憩活動發展方案」，將其水域遊憩活動依照所需的環境資源、生態衝擊以及體驗感受的不同分為四種類型，其中本研究所探討的「香蕉船」就隸屬於第三類（鄭天明、李佳豪、林春鳳，2007）。同時其他類諸如風浪板、遊艇、帆船、潛水與衝浪等海域遊憩活動，近年來陸續出現以滿足民眾對戶外遊憩之殷切需求。

墾丁地區每年吸引大量的遊客，特別是週末假期在短時間內就進入了大量的遊客，夏日旅遊季節更是人潮眾多，至今每年平均約有700萬遊客進入墾丁地區，墾丁地區遊憩區包含陸域21區、海域7區，其中海域遊憩區又以南灣及小灣海域遊憩區最受遊客喜愛，南灣海域遊憩區每年約有30萬人、小灣海域遊憩區每年約有15萬人，於該區進行遊憩活動（墾丁國家公園管理處，2012），由此可見墾丁的海域遊憩活動特別受到遊客的喜歡（吳靜怡，2009）。然而在海域活動主題文獻相當廣泛研究，但對於香蕉船活動所產生的幸福感研究之探討，卻是很少。尤其是針對墾丁地區水域香蕉船活動之研究更為罕見，若再著眼於從事完冒險刺激的香蕉船活動後，遊客內心所產生的幸福感受相關的研究分析，更是乏人問津，進而引發本研究的強烈動機來加以探究，故而本研究將針對從事香蕉船遊憩的過程中所獲得的幸福為何進行問卷調查研究。

### 二、研究目的

本研究針對前往墾丁海域參加香蕉船活動的遊客填寫問卷，主要研究目的：

- （一）調查遊客的社經背景。
- （二）探究遊客真實反應的感受之間有何差異。
- （三）藉由差異分析對遊客人口統計變項是否會影響幸福感進行分析。
- （四）提供政府施政、民眾自由時間運用、生活規劃及相關研究之參考。
- （五）促使業者對海域環境的塑造更安全環境，符合遊客的心理需求。

### 三、幸福感意函

幸福感對於每個人因自己所處的環境和身心需求不同，其界定也因人而異。楊國樞（1990）指出幸福感是一種主觀評估一個人目前生活現況整體的滿意和愉快的程度，故可視為國民生活品質的重要心理指標。當消費者接受企業提供的服務與感受後，產生的

後續心理情緒稱之為「幸福感」。Christopher(1999)指出幸福感可瞭解及探索人類存在的需求，亦是探討生活中何種生活模式是較好和較有價值。根據過去研究結果，休閒參與的相關因素與幸福感之間存在著關連性。林宜蔓(2004)在持續參與運動者與幸福感之研究中發現，休閒效益與幸福感間有顯著正相關存在，休閒效益、每週參與次數及參與年資能有效解釋幸福感。李美萱(2004)指出休閒參與對於生活滿意有正向影響，亦即當個體對休閒活動參與的程度愈高，便會對自我的生活感到滿意。針對大學生幸福感之研究指出，休閒滿意度愈高其幸福感也愈高，且自我肯定的感受越高(黃長發，2007；巫雅菁，2001)。

在消費體驗的過程是創造難忘的經驗(Pine II & Gilmore,1998)。而體驗的價值除了觀看事物外表之外，更需親身體驗才知道。當追求商品和服務的過程中，除滿足自己的好奇心及慾望，內心感受到美好、當下覺得愉悅、滿足好奇心，或是有特別的紀念價值，都能引發內心的感受而得到幸福感(游恆山，1996)。綜合上述，遊客於休閒過程中，若能夠喚起其短期之情緒滿足與愉悅感，將可使內心滿意感受，進而與幸福感間有正向之影響。

## 貳、研究方法

### 一、研究調查地點與時間

本研究抽樣母群體為參與墾丁水域香蕉船活動的遊客。採估計無母數的樣本計算公式，採便利抽樣法。先假設抽樣誤差小於5%，在信賴區間95%之條件下，將問卷發放計算以 $p=0.5$ ， $d=1/2$ ， $a=0.05$ 代入，計算出樣本數 $N=384.16$ 。為不影響遊客的遊興及填答問卷之可靠性，禮貌取得同意後，再進行調查。研究樣本採樣地點為墾丁凱撒飯店(小灣)、墾丁南灣遊憩區等地區。預試從101年7月1日~31日，每日發放問卷，計獲120份有效問卷，信度值Cronbach's  $\alpha > 0.9$ 以上、效度分析解釋變異量 $> 60.0\%$ 以上，每一問項標準差均 $< 1$ ，表示問卷內容所有問項之設計可信度、穩定性高，故未刪除任何問項，並以此作為「參與墾丁水域香蕉船活動遊客幸福感問卷調查」之正式問卷。直到101年9月30日共計3個月，每日發放調查。共發出問卷600份，回收415份，扣除部分回答不清楚或不完整之無效問卷15份，有效問卷總計400份。

### 二、研究工具、問卷內容架構與統計軟體

問卷題項參考「大學生不同運動階段基本心理需求與主觀幸福感之相關研究」(陳建璋、季力康，2009)、「高中職學生學校生活與主觀幸福感關係之研究」(林淑惠、黃韞臻，2008)、「臺北市國民小學教師健康促進生活型態與幸福感之關係研究」(賴貞嬌、

陳漢瑛，2007)，並配合墾丁海域的特質加以彙編而成。在遊客基本資料部份，如表 1 所詳示。幸福感量表全部採用 Likert Scale5 分量表的計量方式，「同意度」的調查每題依「非常同意」(5 分)~「非常不同意」(1 分)等五種等距尺度來進行計分。最後將有效問卷樣本，依序編號並進行建檔與編碼，再利用 SPSS 12.0 for Windows 軟體進行各項統計分析工作，且本研究的所有的統計分析如描述統計、百分比、因素分析、t-test，顯著水準以 .05 作為顯著與否之標準。

表 1  
本研究的問卷調查設計內容

幸福感	
01.讓我深刻感受生命活力	11.我感到身體舒暢
02.給我強烈「自我肯定」的感覺	12.比其他多數活動讓我感到快樂
03.較其他多數活動更能強烈投入	13.可促進朋友間的感情
04.讓我感到強烈樂趣	14.可促進家人感情
05.可激發團隊合作精神	15.帶給我很大的愉悅感
06.和朋友一起乘坐香蕉船很有趣	16.我樂意幫助別人
07.我感覺「這正是我想從事的活動」	17.有種為我設定、如魚得水的感受
08.比其他多數活動更能有成就感	18.我會有興趣關心他人狀況
09.比其他多數活動讓我感到滿足	19.可讓我更具活力來面對工作
10.我的感覺很棒	20.可提升我的潛能發展
基本資料	性別、年齡、婚姻、職業、學歷、月收入、居住地

## 參、結果與討論

### 一、效度與信度分析(Effectiveness and Reliability Analysis)

本研究所採用的衡量題目，除參考學者專家之量表整理而成外，並實際在在墾丁小灣、南灣遊憩區進行施測，效度分析解釋變異量 64.95%，信度分析獲 Cronbach's  $\alpha$  .940。表示問卷內容之設計可信度極強，穩定性為高信度；顯示問題項目具有一致性且可信賴，同時內部信度與調查填答的外部信度，均達高的信度與效度 (Guilford,1965;DeVellis,1991)。

### 二、受訪遊客人口背景統計分析

參與墾丁水域香蕉船活動的遊客在背景因素分析如表 2 所示：分別於（一）性別：



男性 59.5%高於女性 40.5%。(二) 婚姻：未婚 77.5%高於已婚 22.5%。(三) 職業：學生最多 55.3%，其次商/服務業 35.3%。(四) 平均月收入：2 萬元以下 47.8 %最多，其次 2-4 萬元 41.0%。(五) 年齡： 21-30 歲 57.0%最多，其次 20 歲以下 24.3%。(六) 學歷：大學最多 53.5%，其次高中(職)22.3%。(七) 居住地：住南部最多 65.0%，其次住中部 21.8%。研究結果顯示，在婚姻、年齡、職業、學歷、月收入背景題項與鄭天明等人 (2007) 相同。

表 2  
受訪遊客人口背景統計分析表(N=400)

基本資料				基本資料			
		人數	比例%		人數	比例%	
性 別	男	238	59.5	年 齡	20 歲(以下)	97	24.3
	女	102	40.5		21-30 歲	228	57.0
婚 姻	未婚	310	77.5	學 歷	31-40 歲	63	15.8
	已婚	90	22.5		41-50 歲	9	2.3
職 業	學生	221	55.3	51-60 歲	0	0	
	工	9	2.3	61-65 歲	0	0	
	商/服務業	141	35.3	65 歲以上	9	.8	
	軍/公/警/教	15	3.8	居 住 地	國中及以下	6	1.5
	自由業	12	3.0		高中(職)	89	22.3
	農/林/漁/牧	2	.5		專科	80	20.0
	退休	0	0		大學	214	53.5
其他	0	0	研究所以上	11	2.8		
月 收 入	2 萬元以下	191	47.8	北部	32	8.0	
	2-4 萬元	164	41.0	中部	87	21.8	
	4-6 萬元	38	9.5	南部	260	65.0	
	6-8 萬元	3	.8	東部	12	3.0	
	8-10 萬元	2	.5	離島	6	1.5	
10 萬元以上	2	.5	其他	3	.8		

### 三、遊客對墾丁香蕉船活動幸福感平均數與標準差分析

遊客對墾丁香蕉船活動幸福感之比較差異，如表 3 所示：在幸福感平均數的排名順



序，以「和朋友一起乘坐香蕉船很有趣」4.08 排名第一；「可促進朋友間感情」3.93 排名第二；「我樂意幫助別人」3.92 排名第三。而「比其他多數活動讓我感到滿足」、「我感覺「這正是我想從事的活動」與「可提升我的潛能發展」分別為倒數三名。從以上整體總平均 3.77 而論，遊客參與墾丁香蕉船活動感受是傾向於幸福的。此結果與劉敏珍（2000）探討老年人、巫雅菁（2001）探討台灣大學生、吳珩潔（2002）探討大台北地區民眾，結論均顯示正向幸福程度之結果一致。

表 3  
遊客對墾丁香蕉船活動幸福感平均數分析表(N=400)

題號	幸福感問項	M	SD	排 名	題 號	幸福感問項	M	SD	排 名
1	讓我深刻感受生命活力	3.87	.73	4	11	我感到身體舒暢	3.79	.77	9
2	給我強烈「自我肯定」的感覺	3.86	.73	5	12	比其他多數活動讓我感到快樂	3.65	.84	15
3	較其他多數活動更能強烈投入	3.69	.79	14	13	可促進朋友間的感情	<b>3.93</b>	<b>.73</b>	<b>2</b>
4	讓我感到強烈樂趣	3.77	.81	11	14	可促進家人感情	3.77	.78	11
5	可激發團隊合作精神	3.82	.80	7	15	帶給我很大的愉悅感	3.86	.81	5
6	和朋友一起乘坐香蕉船很有趣	<b>4.08</b>	<b>.76</b>	<b>1</b>	16	我樂意幫助別人	<b>3.92</b>	<b>.73</b>	<b>3</b>
7	我感覺「這正是我想從事的活動」	3.59	.86	19	17	有種為我設定、如魚得水的感受	3.63	.86	16
8	比其他多數活動更能有成就感	3.61	.86	17	18	我會有興趣關心他人狀況	3.82	.76	7
9	比其他多數活動讓我感到滿足	3.53	.86	20	19	可讓我更具活力來面對工作	3.72	.82	13
10	我的感覺很棒	3.79	.80	9	20	可提升我的潛能發展	3.60	.85	18
<b>總平均</b>							<b>3.77</b>		

#### 四、遊客對墾丁香蕉船活動幸福感因素分析

將遊客對幸福感 20 個變項進行因素分析，採主成分分析法(Principal components)，以最大變異數法進行正交軸(Varimax rotation)，萃取特徵值大於 1 的因素，將 20 個變項縮減為四個因素，接近極佳 (.90 以上) 的決策標準，累積變異量為 64.95%，如表 4，萃取結果 KMO 值 .937 屬高可信性範圍，Bartlett 球形檢定近似卡方分配值為 4584.199、自由度 190、顯著性為 0.000，且每個題目的因素負荷均為正數。命名為：(一)「滿足

成就」：係由 4 題所組成，特徵值 3.57 為 4 個因素中最高，解釋變異量 27.85%，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於滿足成就同意度愈高。(二)「肯定生命」：係由 6 題所組成，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於肯定生命同意度愈高。(三)「關心他人」：係由 5 題所組成，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於關心他人同意度愈高。(四)「促進感情」：係由 5 題所組成，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於促進感情同意度愈高。

表 4  
遊客對墾丁香蕉船活動幸福感因素分析表 (N=400)

因素名稱	問項內容	共同性	因素負荷量	特徵值	轉軸平方和解釋變異量
滿足成就	09.比其他多數活動讓我感到滿足	.76	.79	3.57	17.85%
	08.比其他多數活動更能有成就感	.71	.76		
	07.我感覺「這正是我想從事的活動」	.65	.69		
	12.比其他多數活動讓我感到快樂	.67	.63		
肯定生命	02.給我強烈「自我肯定」的感覺	.71	.81	3.27	16.32%
	01.讓我深刻感受生命活力	.71	.78		
	04.讓我感到強烈樂趣	.63	.61		
	05.可激發團隊合作精神	.51	.57		
	03.較其他多數活動更能強烈投入	.59	.56		
	06.和朋友一起乘坐香蕉船很有趣	.51	.54		
關心他人	18.我會有興趣關心他人狀況	.73	.77	3.13	15.66%
	16.我樂意幫助別人	.67	.70		
	17.有種為我設定、如魚得水的感受	.72	.69		
	20.可提升我的潛能發展	.67	.68		
	19.可讓我更具活力來面對工作	.64	.62		
促進感情	14.可促進家人感情	.62	.74	3.02	15.12%
	13.可促進朋友間的感情	.67	.71		
	15.帶給我很大的愉悅感	.72	.69		
	11.我感到身體舒暢	.64	.59		
	10.我的感覺很棒	.59	.51		
總解釋變異量%					64.95%

## 五、人口統計變項遊客在幸福感之因素構面差異性分析

分析數據如表 5 與表 6 所示，(一)、性別：t 考驗分析的結果，不同性別之遊客在「滿足成就」的因素達顯著性差異。性別之差異會造成影響。(二)、婚姻：t 考驗分析的結果，婚姻之差異不會造成影響。(三)、年齡：以單因子變異數分析及薛費氏事後比較(Scheffe's posterioricomparison)結果，不同年齡之遊客在「促進感情」的因素達顯著差異，也顯示 19 歲（以下）的遊客明顯高於 20~30 歲與 31~40 歲的遊客。得知年齡的差異會造成影響，此一結果支持林淑惠等（2008）所作調查，幸福感受是會受到年齡的差異因素之影響。(四)、職業：職業之差異不會造成影響。(五)、學歷：不同學歷在「促進感情」的因素達顯著差異，也顯示高中（職）明顯高專科與大學。(六)、月收入：不同月收入在「肯定生命」的因素達顯著差異，也顯示 2 萬元以下明顯高 4-6 萬元月收入的遊客。(七)、居住地：不同居住地之遊客在「滿足成就」與「關心他人」的因素達顯著差異，也顯示居住地為北部及中部明顯高於南部。得知居住地之差異會造成影響。此結果與吳龍山、黃仲凌（2009）所作「台灣地區民眾運動休閒參與涉入程度、休閒滿意與幸福感之相關研究」，結果也認為居住地的差異，會造成幸福感之影響，結果相符合。

將差異性分析結果與過去研究比較，得知不同的個人背景變項對個人休閒參與及幸福感之感受會產生差異性。並與林宜蔓（2004）所作調查，指出婚姻、年齡及持續性等個人背景變項對幸福感之差異性達到顯著水準，有相同的結論。也與吳龍山等（2009）台灣地區民眾對目前生活之幸福感會因「年齡」及「居住地區」之不同而有顯著差異結果類似。

表 5  
不同遊客性別與婚姻在幸福感之 t 考驗分析表

因素	性別		婚姻	
	F 檢定	t 值	F 檢定	t 值
滿足成就	6.168	.002**	.862	.534
肯定生命	5.764	.329	.529	.055
關心他人	2.122	.604	.950	.803
促進感情	.054	.793	.056	.292

\*\*\*p<.001；\*\*p<.01；\*p<.05



表 6  
不同遊客人口變數在幸福感之單因子變異數分析表

年 齡				職 業			
因素	F 檢定	P 值	Scheffe	因素	F 檢定	P 值	Scheffe
滿足成就	1.194	.107		滿足成就	2.518	.029*	無
肯定生命	1.942	.103		肯定生命	3.029	.011*	無
關心他人	2.027	.090		關心他人	1.913	.091	
促進感情	5.052	<b>.001**</b>	<b>(1)&gt;(2)、(3)</b>	促進感情	1.757	.121	
學 歷				月 收 入			
滿足成就	1.826	.123		滿足成就	2.748	.019*	無
肯定生命	.863	.486		肯定生命	3.686	<b>.003**</b>	<b>(1)&gt;(3)</b>
關心他人	3.172	.014*		關心他人	2.739	.019*	無
促進感情	5.039	<b>.001**</b>	<b>(2)&gt;(3)、(4)</b>	促進感情	1.666	.142*	無
居住地							
滿足成就	4.114	<b>.001**</b>	<b>(1)&gt;(3)</b>				
肯定生命	.548	.740					
關心他人	5.342	<b>.000***</b>	<b>(1)&gt;(3)</b>				
促進感情	1.212	.302					

註：1.\*\*\* $p < .001$ ； \*\* $p < .01$ ； \* $p < .05$ 。(年齡) 2.(1)19歲(以下)，(2)20~30歲，(3)31~40歲，(4)41~50歲，(5)51~60歲，(6)61~65歲，(7)65歲以上。3.(1)國中(含以下)，(2)高中(職)，(3)專科，(4)大學，(5)研究所(含以上)。4.(1)2萬元以下，(2)2-4萬元，(3)4-6萬元，(4)6-8萬，(5)8-10萬，(6)10萬元以上。5.(1)北部，(2)中部，(3)南部，(4)東部，(5)離島，(6)其他。

## 六、遊客幸福感對「和朋友一起乘坐香蕉船很有趣」多元迴歸分析

以幸福感 4 個因素構面為預測變數，平均數排名第一的問項「和朋友一起乘坐香蕉船很有趣」為效標變數，進行多元迴歸分析，並以強迫進入變數法來分析，如表 7，結果得知 4 個變項均達到顯著水準，並作為預測變項來預測遊客和朋友一起乘坐香蕉船很有趣行為是有意義的。此迴歸模式，其「促進感情」R-Square 值為 .551，達到顯著水準，顯示「促進感情」變項對於能共同解釋研究對象幸福感總變異量的，亦即「促進感情」對於遊客和朋友一起乘坐香蕉船很有趣行為最具有影響力。由上述的研究結果知：社會支持可有效的預測幸福感，此與梁忠軒(2002)研究發現來自好朋友的支持及關係的聯繫，對於幸福感呈現高預測力有雷同之處。此結果與消費者透過體驗甜品產生

滿足的正向情感，還會有幸福的感覺，消費者會以利他為出發點，則會與身旁的親朋好友分享，有類似的結果（陳悅琴、張毓奇，2009）。

表 7

遊客幸福感對「和朋友一起乘坐香蕉船很有趣」多元迴歸分析摘要表(N=400)

投入變項	標準化係數 $\beta$	t 值	F 值	顯著性	多元相關係數 R	判定係數 $R^2$
滿足成就	.181	4.681	69.280	.000***	.544	.296
肯定生命	.544	14.111		.000***	.610	.372
關心他人	.085	2.213		.027*	.636	.405
促進感情	.276	7.156		.000***	.742	.551

註：\*\*\* $p < .001$ ；\*\* $p < .01$ ；\* $p < .05$

## 肆、結論與建議

### 一、結論

本研究共獲有效問卷 400 份，Cronbach's  $\alpha$  .940，效度 64.95%，受訪者以男性、未婚、21-30 歲、大學、學生、住南部、月收入 2 萬元以下為最高。在幸福感總平均數 3.57，前三名的順序「和朋友一起乘坐香蕉船很有趣」(M= 4.08)、「可促進朋友間感情」(M= 3.93)、「我樂意幫助別人」(M= 3.92)。藉由因素分析法，有效建立「滿足成就」、「肯定生命」、「關心他人」及「促進感情」的 4 個構面。

在人口背景變項之差異分析，得知性別、年齡、學歷、月收入與居住等因素，皆會顯著影響遊客參與墾丁水域香蕉船活動在幸福感程度；而婚姻、職業變項則未達顯著性。藉由多元迴歸分析得知，「促進感情」因素對於參與墾丁水域香蕉船活動共可解釋遊客「和朋友一起乘坐香蕉船很有趣」之變異量達 55.1%，此一行為最具影響力。

### 二、建議

本研究遊客參與墾丁水域香蕉船活動幸福感整體總平均數為 3.54，顯示受訪者對於整體的滿意和情緒愉快程度之評估屬正向幸福感受。幸福感感受度之因素因人而異且所牽涉之層面廣泛，本研究僅以參與墾丁水域香蕉船活動遊客之幸福感構面進行研究，未來研究者可增加相關休閒行為變項，更能深入探討各地區對於參與各種水域活動幸福感之差異。

## 伍、參考文獻

- 巫雅菁 (2001)。大學生幸福感之研究，碩士論文，國立高雄師範大學輔導研究所。
- 李美萱 (2004)。護理人員休閒參與、工作無聊感與生活滿意之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理學系碩士班。
- 吳靜怡 (2009)。墾丁南灣海域遊憩區海洋休閒運動參與者擁擠知覺與調適行為研究，碩士論文，國立屏東科技大學休閒運動保健系。
- 吳珩潔 (2002)。大台北地區民眾休閒滿意度與幸福感之研究，碩士論文，國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所。
- 吳龍山、黃仲凌 (2009)。台灣地區民眾運動休閒參與涉入程度、休閒滿意與幸福感之相關研究，*嶺東體育暨休閒學刊*，7期，141-155頁。
- 林淑惠、黃韞臻 (2008)。高中職學生學校生活與主觀幸福感關係之研究，*輔導與諮商學報*，30卷2期，83-106頁。
- 林宜蔓 (2004)。游泳者持續參與在休閒效益與幸福感之研究，碩士論文，國立雲林科技大學休閒運動研究所。
- 游恆山譯，Brian Mullen、Craig Johnson 著 (1996)。消費者行為心理學，台北市：五南。
- 陳悅琴、張毓奇 (2009)。熱門甜品之病毒式行銷、消費體驗與幸福感之研究，*行銷評論*，6卷1期，55-86頁。
- 陳建璋、季力康 (2009)。大學生不同運動階段基本心理需求與主觀幸福感之相關研究，*體育學報*，42卷1期，25-38頁。
- 梁忠軒 (2002)。國中生之幸福感研究，碩士論文，國立臺灣師範大學衛生教育學系。
- 黃長發 (2007)。大學生休閒利益感受與幸福感之研究，*台灣體育運動管理學報*，5期，178-194頁。
- 楊國樞 (1990)。生活素質的心理學觀，*中華心理學刊*，22期，11-24頁。
- 鄭天明、李佳豪、林春鳳 (2007)。不同水域遊憩活動類型參與者之風險知覺與涉入程度關係之研究，*屏東教大體育*，11期，65-85頁。
- 墾丁國家公園管理處 (2012)。http://www.ktnp.gov.tw。
- 劉敏珍 (2000)。老年人之人際親密、依附風格與格感之關係研究，碩士論文，國立高雄師範大學成人教育研究所。
- 賴貞嬌、陳漢瑛 (2007)。臺北市國民小學教師健康促進生活型態與幸福感之關係研究，*學校衛生*，51期，37-52頁。
- Christopher, J. C. (1999). Situating Psychological well-being: Exploring the Cultural Roots of Its Theory and Research, *Journal of Counseling & Development*, 77, 141-152.

- DeVellis, A. L. (1991). *Scale Development Theory and Application*, London: SAGE.
- Guilford, J. P. (1965). *Fundamental Statistics in Psychology and Education*, New 8.
- Pine II, B. J. and Gilmore, J. H. (1998). Welcome To Experience Economy, *Harvard Business Review*, July-August, 97-105.

# A Study of Happiness for Tourists to Participate on Banana Boat in Kenting

**Chien-Chao Huang**

Tung-Fang Design University

## Abstract

This study is to discuss visitor's happiness in attending the banana boat activities. Questionnaires were provided to the visitor who attends the activities and analyzed with description statistic, factor analysis, t-test, and multiple regression after collected. The results show that the "It is good on the boat with friends" was the best item to describe the happiness by visitors. Through factor analysis, four aspects were identified as "satisfaction and achievement", "positive on life", "caring other people", and "better relationship". As a result of t-test, the happiness sensed was affected by gender, age, education, income and domicile. The multiple regression shows that the "better relationship", counts 55.1% of the variance, has the determined influence to "It is good on the boat with friends".

**Keywords:** Banana Boat, Promote Feelings, the Difference Analysis, Multiple regression analysis